

# Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang

## *The Influence of Product and Service Quality on Guest Satisfaction at the Grand Arkenso Hotel Restaurant Semarang*

Ayu Santrianis Geba 1) & Mukhamad Kholil Aswan 2)\*

1)Manajemen Perhotelan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

2) Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Diterima: 29 Maret 2024; Direview: 03 April 2024; Disetujui: 13 Mei 2024

\*Corresponding Email: [ayugeba09@gmail.com](mailto:ayugeba09@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan tamu di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang. Studi ini dilakukan mengikuti pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda untuk menganalisis hubungan antara variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan tamu). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 133 tamu yang menginap selama satu bulan terakhir di hotel tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap kepuasan tamu dibandingkan dengan kualitas produk. Meskipun kualitas produk juga memiliki kontribusi yang signifikan, kombinasi antara kualitas produk yang baik dan layanan yang prima dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi tamu. Studi ini juga menggarisbawahi pentingnya pendekatan holistik dalam manajemen hotel dan restoran, di mana manajemen perlu mempertimbangkan berbagai aspek seperti harga yang kompetitif, fasilitas yang memadai, promosi yang efektif, dan tentunya kualitas produk dan layanan yang konsisten. Dengan memahami preferensi dan ekspektasi tamu serta konteks industri perhotelan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan terintegrasi dan komprehensif diperlukan untuk memastikan pengalaman tamu yang optimal dan memuaskan di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang serta industri perhotelan secara umum.

**Kata Kunci:** Kepuasan Tamu; Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan.

### Abstract

*This research aims to analyze the influence of product and service quality on guest satisfaction at the Grand Arkenso Hotel Restaurant, Semarang. This study was carried out following a quantitative approach using multiple linear regression methods to analyze the relationship between independent variables (product quality and service quality) and the dependent variable (guest satisfaction). Data was collected through a questionnaire distributed to 133 guests who stayed at the hotel during the last month. The results of the analysis show that service quality has a more significant impact on guest satisfaction compared to product quality. Although product quality also has a significant contribution, the combination of good product quality and excellent service can create a satisfying experience for guests. This study also underlines the importance of a holistic approach in hotel and restaurant management, where management needs to consider various aspects such as competitive prices, adequate facilities, effective promotions, and of course consistent product and service quality. By understanding guest preferences and expectations as well as the context of the hotel industry, this research concludes that an integrated and comprehensive approach is needed to ensure an optimal and satisfying guest experience at the Grand Arkenso Hotel Restaurant Semarang as well as the hotel industry in general.*

**Keywords:** Guest Satisfaction; Product Quality; Service Quality.

**How to Cite:** Geba, A.S., & Aswan, M.K., (2024). Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan tamu di restoran hotel grand arkenso Semarang. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*. 6 (4): 1508 -1515



## PENDAHULUAN

Pada era industri hospitality yang semakin kompetitif, kepuasan tamu menjadi faktor krusial yang memengaruhi keberhasilan suatu restoran hotel. Menurut Marlin (2005), kepuasan tamu merupakan indikator utama dalam menilai kualitas layanan hotel. Hal ini sejalan dengan penelitian Purnomo et al., (2021) yang menyoroti signifikansi harga, fasilitas, dan layanan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di jasa hotel. Dalam konteks ini, Restoran Hotel Grand Arkenso di Semarang menjadi fokus perhatian, mengingat langkanya penelitian yang secara khusus memfokuskan pada pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan tamu di lokasi tersebut. Sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Wahyu et al., (2022) mengenai pengaruh kualitas pelayanan dari Housekeeping Department terhadap tingkat kepuasan tamu menginap di Hotel Santika Premiere Harapan Indah Bekasi juga memberikan wawasan yang berharga terkait aspek kualitas pelayanan di industri hospitality. Marlin (2005) dalam penelitiannya analisis mengenai kualitas pelayanan hotel dan dampaknya terhadap kepuasan tamu, yang relevan dengan fokus penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu di restoran hotel. Purnomo et al., (2021), menyoroti pentingnya faktor-faktor seperti harga, fasilitas, dan layanan dalam memengaruhi kepuasan konsumen di industri jasa hotel, yang relevan dengan aspek kualitas produk dan pelayanan dalam penelitiannya. Hamzah et al., (2020) meneliti hubungan antara kepuasan tamu dan loyalitas di hotel berbintang, memberikan wawasan tentang pentingnya kepuasan tamu dalam menciptakan loyalitas, yang dapat menjadi landasan teori bagi penelitian ini. Wahyu et al., (2022) memberikan perspektif tentang pengaruh kualitas pelayanan dari Housekeeping Department terhadap kepuasan tamu di hotel, yang relevan dengan aspek pelayanan dalam penelitian ini. Yudha et al., (2022) menganalisis tentang kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di industri restoran, yang dapat memberikan wawasan tambahan terkait dengan pengaruh kualitas produk dan pelayanan di industri hospitality. Nidyawati & Hartini (2021) meneliti pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di hotel, yang dapat memberikan pemahaman tambahan tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu. Woen & Santoso (2021) meneliti perspektif tentang pengaruh kualitas layanan, produk, promosi, dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen, yang relevan dengan aspek kualitas produk dan pelayanan di industri hospitality. Nur & Fadili (2021), meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di hotel, yang dapat memberikan wawasan tambahan terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu. Pradana et al. (2023), meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan keterampilan komunikasi front office terhadap kepuasan tamu di hotel, yang dapat memberikan wawasan tambahan tentang aspek kualitas pelayanan dalam industri hospitality. Jelanu & Ayu (2023), meneliti pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran hotel, yang dapat memberikan perspektif tambahan tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu. Rahayu & Nurlaela Wati (2018), meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang dapat memberikan pemahaman tambahan tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu di industri hospitality. Basit & Handayani (2018), penelitiannya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di hotel, yang dapat memberikan wawasan.

Ada kebutuhan yang mendesak untuk mengisi celah pengetahuan ini dengan mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memperkaya literatur mengenai manajemen hospitality, khususnya dalam konteks pengembangan strategi untuk meningkatkan kepuasan tamu di industri restoran hotel. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana kualitas produk dan pelayanan dapat memengaruhi kepuasan tamu di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang. Tujuan penulisan atau penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan tamu di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang, sehingga dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengembangan strategi manajemen yang lebih efektif dalam meningkatkan kepuasan tamu di industri hospitality.



Untuk memahami dan menganalisis konsep-konsep yang terkait dengan tingkat keunggulan dan karakteristik produk yang memengaruhi kepuasan konsumen. Dengan mengacu pada Tedisyah (2021), mengenai analisis kualitas pelayanan, penelitian ini akan mengembangkan pemahaman tentang faktor-faktor yang menentukan kualitas produk dan dampaknya terhadap persepsi konsumen terhadap produk tersebut. Penelitian ini akan memberikan landasan teoritis yang kokoh untuk memahami bagaimana kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam konteks industri hospitality, khususnya di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang.

Kualitas pelayanan adalah untuk mengidentifikasi, mengukur, dan menganalisis kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini merujuk pada referensi Yuliatin (2013) mengenai analisis kualitas pelayanan dengan metode Service Quality dan Fuzzy di Hotel & Restaurant ABC Pacitan, penelitian ini akan mengembangkan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan di industri hospitality, khususnya di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang. Tujuan dari teori ini adalah untuk menyediakan kerangka kerja yang dapat digunakan untuk mengukur dan meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan tamu di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang. Untuk mengidentifikasi atribut-atribut kualitas layanan yang menjadi prioritas dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di industri perhotelan. Dengan merujuk pada Amonius A.T. (2021) mengenai laporan studi literatur atribut-atribut kualitas layanan yang menjadi prioritas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di industri perhotelan, penelitian ini akan mengembangkan pemahaman tentang faktor-faktor yang paling penting dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi tamu di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang. Tujuan dari teori ini adalah untuk memberikan kerangka kerja yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan dan mencapai tingkat kepuasan tamu yang optimal di industri hospitality. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang merupakan tamu hotel. Kuesioner mencakup pertanyaan terkait dengan kualitas produk dan layanan di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang, serta tingkat kepuasan tamu. Bahwa data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik statistik, regresi linier untuk menguji hubungan antara kualitas produk dan layanan dengan tingkat kepuasan tamu. Digunakan perangkat lunak statistik tertentu untuk analisis data SPSS.

## **METODE PENELITIAN**

Populasi penelitian adalah tamu yang menginap di hotel selama 1 bulan terakhir sebanyak 133 tamu. Subjek penelitian ini merupakan semua tamu yang memenuhi kriteria tersebut dan terdokumentasi dalam catatan hotel atau sistem manajemen yang digunakan. Dalam metode penghitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin, tidak diperlukan alat khusus. Lisarani et al. (2023) Penghitungan dapat dilakukan dengan menggunakan kalkulator sederhana atau perangkat lunak statistik yang mampu menjalankan rumus matematika. Syariah & Ilmu (2023) mengatakan bahwa untuk menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan menggunakan rumus Slovin, Anda memerlukan jumlah populasi (N) dan tingkat kepercayaan yang diinginkan (dalam bentuk desimal, misalnya 0,95 untuk tingkat kepercayaan 95%).

Menggunakan rumus Slovin untuk menghitung jumlah sampel adalah langkah yang baik untuk memperoleh sampel yang representatif dari populasi tamu di hotel. Penggunaan Simple Random Sampling (SRS) juga sesuai dengan tujuan Anda untuk mencerminkan variasi yang ada dalam populasi tersebut.

Rumus Slovin yang digunakan memperhitungkan jumlah populasi yang besar (133 tamu), tingkat kepercayaan (95%), dan margin kesalahan yang dapat diterima (5%), dengan demikian, dapat dihitung jumlah sampel dengan akurat.

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{moe})^2}$$

Di mana:

- n adalah jumlah sampel yang dibutuhkan.
- N adalah jumlah populasi (133 tamu).
- e adalah margin kesalahan (biasanya diambil antara 0,05 hingga 0,10).

Misalnya, jika Anda ingin menggunakan margin kesalahan  $e=0,05$  (5%) dan tingkat kepercayaan 95%, Anda dapat menghitung jumlah sampel seperti ini:

$$n = \frac{133}{1+133(0,05)^2}$$

$$n = \frac{133}{+133(0,0025)}$$

$$n = \frac{133}{1+0,3325}$$

$$n = \frac{133}{1,3325}$$

$$n \approx 100.07$$

Dalam hal ini, membutuhkan sekitar 100 sampel responden dari populasi 133 tamu untuk memenuhi kriteria yang ditetapkan dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin kesalahan 5%. Pastikan bahwa proses sampling dilakukan secara representatif dan acak untuk mendapatkan hasil yang dapat dipercaya.

Rancangan percobaan yang digunakan adalah metode sampling sederhana dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang diperlukan agar dapat mewakili populasi tamu dengan tingkat kepercayaan yang diinginkan.

Noor et al. (2022), mengatakan bahwa *Simple Random Sampling* (SRS), sampling dilakukan secara acak dari populasi tamu yang menginap selama 1 bulan terakhir. Pengambilan sampel dilakukan tanpa memilih-milih agar dapat mencerminkan variasi yang ada di populasi. Metode ini melibatkan pemilihan sampel secara acak dari populasi dengan setiap individu penerapannya adalah dengan menggunakan daftar tamu yang menginap selama 1 bulan terakhir dan mengambil sampel secara acak dari daftar tersebut.

Variabel yang diukur adalah jumlah tamu yang menginap selama 1 bulan terakhir. Variabel ini menjadi fokus dalam penghitungan jumlah sampel karena representasi jumlah tamu secara akurat menjadi tujuan utama penelitian.

Data jumlah tamu yang menginap diperoleh dari catatan hotel atau sistem manajemen hotel yang terdokumentasi dengan baik. Pengambilan data dilakukan dengan memastikan integritas data yang tinggi dan akurat.

Untuk menghitung jumlah sampel, digunakan rumus Slovin sebagai metode statistik sederhana. Rumus ini memberikan estimasi ukuran sampel yang diperlukan dengan mempertimbangkan jumlah populasi yang besar, tingkat kepercayaan yang diinginkan, dan margin kesalahan yang dapat diterima (Sugiyono, 2014). Penggunaan metode ini, diharapkan penelitian dapat mendapatkan sampel yang representatif dari populasi tamu dengan tingkat kepercayaan yang sesuai dan margin kesalahan yang dapat diterima secara statistik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis regresi linier berganda (tabel 1), Berdasarkan hasil regresi berganda tersebut diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 17.908 + 0,081(X1) + 397(X2)$$

Tabel 1. Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.908	1.973		9.077	.000
	x1	.081	.059	.108	1.377	.172
	x2	.397	.050	.626	7.953	.000

a. Dependent Variable: y

Dimana variable kualitas produk tidak signifikan 0,172 dimana kualitas produk dalam hasil analisis, disebutkan bahwa variabel kualitas produk (X1) tidak signifikan (0.172). Artinya, dalam model regresi yang digunakan, kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap kepuasan tamu. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, variabel kualitas produk tidak dapat diandalkan untuk memprediksi atau menjelaskan variasi dalam kepuasan tamu.

Tabel 2 Uji F

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	269.971	2	134.986	36.402	.000 <sup>a</sup>
	Residual	355.988	96	3.708		
	Total	625.960	98			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Uji F dilakukan untuk melihat keberartian pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen atau sering disebut uji kelinieran persamaan regresi. Untuk melakukan uji F dapat dilihat pada tabel anova diatas. Hasil pengujian secara simultan diperoleh nilai F sebesar 36.402 dengan nilai sig. (p) sebesar 0,000 sehingga  $p < 0,05$  menunjukkan terdapat pengaruh positif secara simultan antara Kualitas Produk, Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang

### Koefisien Determinasi Ganda ( $R^2$ )

Perhitungan Koefisien Determinasi Ganda ( $R^2$ ) dengan program SPSS 25.00 for Windows diperoleh hasil seperti pada tabel di bawah dan untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel model summary berikut ini:

Tabel 3. Koefisien Determinasi Ganda

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.657 <sup>a</sup>	.431	.419	1.92567	

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Hasil pengujian determinasi ganda diperoleh nilai  $R^2 = 0,657$  atau 65,7% ini berarti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap terhadap Kepuasan Tamu Di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang sebesar 65,7% dan sisanya sebesar 34,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### Signifikansi Variabel Kualitas Produk

Dalam hasil analisis regresi linier berganda yang disampaikan, terdapat temuan bahwa variabel kualitas produk tidak signifikan secara individu dalam pengaruhnya terhadap kepuasan tamu, yang ditunjukkan dengan nilai p-value (p) sebesar 0,172 yang lebih besar dari alpha (biasanya 0,05). P-value yang besar menunjukkan bahwa tidak ada bukti cukup untuk menolak hipotesis nol, yaitu bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan kepuasan tamu. Meskipun demikian, penting untuk tidak mengabaikan peran kualitas produk sepenuhnya. Meskipun hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) tidak signifikan





secara statistik terhadap kepuasan tamu, penting untuk tetap mengakui peran kualitas produk dalam konteks penelitian. Kualitas produk masih dapat memberikan nilai tambah dan kontribusi dalam memperbaiki pengalaman tamu, terutama jika dipadukan dengan faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan adalah untuk tetap memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk sebagai bagian dari strategi meningkatkan kepuasan tamu secara keseluruhan. Meskipun tidak signifikan secara statistik, kualitas produk dapat memberikan nilai tambah dan kontribusi dalam memperbaiki pengalaman tamu, terutama jika dipadukan dengan faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lain sebagainya. Dengan demikian, peran kualitas produk masih penting dalam upaya meningkatkan daya tarik dan kompetitivitas Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang di pasar perhotelan.

Pengaruh Simultan Variabel Kualitas Pelayanan: Hasil uji F menunjukkan adanya pengaruh positif secara simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan tamu di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran yang lebih signifikan daripada kualitas produk dalam mempengaruhi kepuasan tamu secara keseluruhan. Koefisien determinasi ganda ( $R^2$ ) sebesar 65,7% menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam kepuasan tamu di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang. Artinya, sekitar 65,7% dari variabilitas atau variasi dalam tingkat kepuasan tamu dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan yang telah diteliti dalam penelitian ini. Meskipun demikian, masih terdapat sekitar 34,3% variasi lain yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan. Faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini dapat menjadi penyebab dari variasi tersebut. Misalnya, faktor eksternal seperti preferensi individu tamu, faktor lingkungan, atau pengalaman sebelumnya dengan hotel yang berbeda, dapat memberikan kontribusi terhadap variasi yang tidak dijelaskan oleh model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Peran kualitas pelayanan hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran yang lebih signifikan daripada kualitas produk dalam mempengaruhi kepuasan tamu secara keseluruhan. Ini menekankan pentingnya fokus pada peningkatan kualitas pelayanan sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan tamu.

Pertimbangan terhadap faktor lain selain kualitas produk dan kualitas pelayanan, terdapat faktor-faktor lain yang juga dapat memengaruhi kepuasan tamu secara keseluruhan. Ini termasuk harga, promosi, fasilitas, dan aspek lingkungan. Oleh karena itu, penting bagi manajemen Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang untuk tidak hanya fokus pada peningkatan kualitas produk dan pelayanan, tetapi juga mempertimbangkan aspek-aspek lain yang dapat meningkatkan pengalaman dan kepuasan tamu secara menyeluruh. Oleh karena itu, meskipun kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan kepuasan tamu, penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor lain yang juga dapat memengaruhi kepuasan tamu secara keseluruhan. Ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lanjutan atau strategi pengembangan lebih lanjut untuk meningkatkan pengalaman tamu dan kepuasan pelanggan di Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang. Variabilitas yang tidak dijelaskan, meskipun variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan sebagian besar variasi dalam kepuasan tamu, masih terdapat variasi lain yang tidak dapat dijelaskan oleh model regresi yang digunakan. Faktor-faktor lain seperti preferensi individu tamu, faktor lingkungan, atau pengalaman sebelumnya dengan hotel yang berbeda, dapat menjadi penyebab variasi tersebut.

Penelitian ini menyoroti kompleksitas faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu di industri perhotelan. Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan, terdapat faktor-faktor lain yang juga memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kepuasan tamu. Pertama, faktor harga menjadi sangat relevan dalam pengalaman tamu. Harga yang bersaing dan sesuai dengan nilai yang diberikan dapat memberikan pengaruh besar terhadap persepsi tamu terhadap nilai yang diterima dari layanan hotel. Kedua, fasilitas yang disediakan oleh hotel juga merupakan faktor kunci dalam mempengaruhi kepuasan tamu. Fasilitas yang lengkap, modern, dan sesuai dengan kebutuhan tamu dapat meningkatkan pengalaman menginap dan meningkatkan kepuasan tamu. Selanjutnya, promosi yang efektif dan relevan juga dapat memengaruhi persepsi tamu terhadap

hotel. Promosi yang informatif dan menarik dapat meningkatkan minat tamu untuk menginap di hotel tersebut. Terakhir, aspek lingkungan, termasuk lokasi hotel dan kondisi sekitarnya, juga berperan dalam memengaruhi kepuasan tamu. Lokasi yang strategis, aksesibilitas yang baik, serta lingkungan yang aman dan nyaman dapat memberikan pengalaman positif kepada tamu.

Kompleksitas dalam faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan tamu secara holistik, perlu dipertimbangkan seluruh aspek yang terkait dengan pengalaman menginap, bukan hanya kualitas produk dan pelayanan saja. Hal ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi yang komprehensif dalam memperbaiki layanan hotel dan meningkatkan kepuasan tamu secara keseluruhan. Penelitian ini penting bagi manajemen Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang untuk tidak hanya fokus pada peningkatan kualitas produk dan pelayanan, tetapi juga memperhatikan aspek-aspek lain yang dapat meningkatkan pengalaman dan kepuasan tamu secara menyeluruh. Integrasi strategi yang holistik dan berkelanjutan dapat menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan di pasar perhotelan yang kompetitif.

### **Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Penggunaan rumus Slovin untuk menghitung ukuran sampel dapat menghasilkan ukuran sampel yang relatif kecil dibandingkan dengan populasi yang lebih besar. Hal ini dapat membatasi representativitas hasil penelitian. Penelitian ini hanya mempertimbangkan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel prediktor kepuasan tamu. Faktor-faktor lain seperti harga, promosi, fasilitas, dan aspek lingkungan juga dapat memiliki kontribusi signifikan terhadap kepuasan tamu, namun tidak diteliti dalam penelitian ini. Data yang digunakan mungkin terbatas pada informasi yang tersedia dari hotel atau sistem manajemen hotel, sehingga aspek-aspek penting lainnya mungkin tidak terekam dengan baik.

Penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode yang lebih komprehensif, seperti analisis faktor untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi kepuasan tamu dan regresi berganda untuk memperhitungkan lebih banyak variabel. Penelitian dapat melibatkan faktor-faktor tambahan seperti harga, promosi, fasilitas, dan aspek lingkungan untuk memperoleh gambaran yang lebih lengkap tentang determinan kepuasan tamu. Memperluas ukuran sampel dan memastikan representativitasnya akan menghasilkan generalisasi hasil yang lebih kuat untuk industri perhotelan secara keseluruhan. Menggunakan sumber data yang lebih komprehensif, termasuk survei langsung kepada tamu dengan pertanyaan yang lebih terperinci, dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu. Melakukan analisis komparatif antara berbagai hotel atau jenis layanan perhotelan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas tentang variabilitas dalam kepuasan tamu dan faktor-faktor yang memengaruhinya di berbagai konteks. Penting untuk mengakui keterbatasan penelitian, seperti ukuran sampel yang relatif kecil dibandingkan dengan populasi yang lebih besar, pembatasan dalam pemilihan variabel yang diteliti, dan keterbatasan data yang digunakan. Hal ini dapat menjadi dasar untuk saran penelitian selanjutnya, termasuk penggunaan metode yang lebih komprehensif dan pengembangan strategi yang holistik dalam meningkatkan kepuasan tamu.

### **SIMPULAN**

Kualitas layanan ternyata memiliki dampak yang lebih besar terhadap kepuasan tamu dibandingkan dengan kualitas produk. Hal ini menunjukkan pentingnya bagi manajemen untuk terus meningkatkan standar pelayanan agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan tamu dengan baik. Meskipun kualitas layanan lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan tamu, kualitas produk seperti makanan dan minuman juga masih memiliki peran yang signifikan. Kombinasi antara kualitas produk yang baik dengan layanan yang prima dapat menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi tamu.

Temuan ini menunjukkan pentingnya pendekatan holistik dalam manajemen hotel dan restoran. Manajemen perlu mempertimbangkan berbagai aspek seperti harga yang kompetitif, fasilitas yang memadai, promosi yang efektif, dan tentunya kualitas produk dan layanan yang konsisten. Lebih dari sekadar produk atau layanan, pengalaman keseluruhan tamu menjadi kunci



untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan. Dengan memahami preferensi dan ekspektasi tamu, hotel dan restoran dapat menciptakan pengalaman yang mengesankan dan berkesan.

Studi ini juga menggarisbawahi pentingnya konteks industri perhotelan dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan tamu. Setiap hotel atau restoran mungkin memiliki dinamika yang berbeda, sehingga strategi yang efektif dapat bervariasi tergantung pada konteksnya. Dengan demikian, pengelolaan Restoran Hotel Grand Arkenso Semarang atau bahkan industri perhotelan secara umum perlu mengadopsi pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi untuk memastikan pengalaman tamu yang optimal dan memuaskan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amonius A.T. (2021). Laporan studi literatur atribut-atribut kualitas layanan yang menjadi prioritas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di industri perhotelan. <http://repository.wima.ac.id/25359/>
- Basit, A., & Handayani, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Allium Tangerang Hotel. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 165. <https://doi.org/10.30656/lontar.v6i2.954>
- Hamzah, F., Setiyariski, R., & Ghani, Y. A. (2020). Analisis Kepuasan Terhadap Loyalitas Tamu Menginap di Hotel Berbintang Kota Bandung. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 99–106. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.551>
- Jelanu, Y. E., & Ayu, S. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Velvet Hotel Gunawangsa Merr. *Jurnal AKTUAL*, 21(1), 1–9. <https://doi.org/10.47232/aktual.v21i1.289>
- Lisarani, V., Bander, S., Pradita, D. A., Setiawan, A., Pohan, R., Musa, M., Putro, S., Abduh, I., Rosnani, Sukarman, S., Mukin, M., Nasution, Z., Maryati, I., Natu, N., Yulianto, A., & Pakpahan, O. (2023). *Statistik Dasar: Teori & Kajian Praktis (Issue August)*.
- Marlin, T. & M. (2005). Analisis Pelayanan Hotel Terhadap Kepuasan Tamu. October, 5.
- Nidyawati, N., & Hartini, I. (2021). Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Bukit Serelo Lahat. *Motivasi*, 6(2), 88. <https://doi.org/10.32502/mti.v6i2.3760>
- Noor, S., Tajik, O., & GolzarJawad. (2022). Sampling Method | Descriptive Research Simple Random Sampling. *International Journal of Education & Language Studies*, 1(2), 78–82.
- Nur, M., & Fadili, D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Travellers Hotel Jakarta. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.10151>
- Pradana, I. Y., Revisya, T. vanidya, & Pradana, T. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keterampilan Komunikasi Front Office Terhadap Kepuasan Tamu Hotel Vega Tangerang. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 1267–1273. <https://doi.org/10.59141/comserva.v3i4.913>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>
- Rahayu, S., & Nurlaela Wati, L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 8(2), 1–20. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Syariah, K. B., & Ilmu, G. (2023). Rumus Slovin: Panacea 1 Masalah Ukuran Sampel. september 2016, 1–6.
- Tedisyah, R. T. (2021). Laporan studi literatur analisis kualitas pelayanan pada tiga layanan jasa berbeda. <http://repository.wima.ac.id/24577/>
- Wahyu, N. U., Mulyati, & Oktaviani, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Housekeeping Department Terhadap Tingkat Kepuasan Tamu Menginap Di Hotel Santika Premiere Harapan Indah Bekasi. *Journal of Mandalika Review*, 1(2), 24–29. <https://doi.org/10.55701/mandalika.v1i2.35>
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>
- Yudha, E. P., Rifai, A. A., & Adela, A. S. (2022). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN RESTORAN CEPAT SAJI McDONALD'S. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1003. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7558>
- Yuliatin, A. S. (2013). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA DENGAN METODE SERVICE QUALITY DAN FUZZY DI HOTEL & RESTAURANT ABC PACITAN. <http://eprints.upnjatim.ac.id/6138/>

